

## Formation social selling

### Prospecter, vendre et fidéliser en BtoB avec LinkedIn

#### Présentation



Cette formation social selling a été conçue pour savoir maîtriser les pratiques du social selling ou de la vente sociale en environnement BtoB. Elle est destinée à toutes les personnes souhaitant être plus efficaces dans leur action commerciale sur LinkedIn. Son contenu est continuellement mis à jour.

Quelques chiffres permettant de réaliser que le commercial a tout intérêt à changer de posture :

- En se plaçant côté client, 57% du processus d'achat se fait avant même d'avoir pris contact avec un commercial. Ce pourcentage atteint 86% lorsqu'il s'agit de produits technologiques.
- 85% des décideurs BtoB utilisent LinkedIn pour leur activité professionnelle. \*
- 76% des décideurs BtoB préfèrent lire du contenu d'expert de leur marché. \*
- 840 000 entreprises sont présentes sur la plateforme LinkedIn.

\* Source : [Baromètre Social Selling 2020](#)

Le social selling ou prospecter et vendre via les réseaux sociaux représente une réelle opportunité pour atteindre voire dépasser ses objectifs commerciaux.

Mais comment entretenir les relations et les développer pour aller vers de la « vente sociale » ? Comment créer et soigner son image digitale (sa marque professionnelle ou professional branding) ? Comment construire une stratégie commerciale pour prospecter, vendre et fidéliser son audience, ses clients, prescripteurs, influenceurs sur LinkedIn ?

#### Objectifs de cette formation social selling



- Créer et entretenir son profil (professional branding)
- Définir une stratégie social selling, sa stratégie de vente sociale
- Publier du contenu attirant les prospects à vous
- Prospecter efficacement et de manière ciblée sur LinkedIn
- Entretenir le contact et fidéliser ses clients



- Faire sa veille commerciale via LinkedIn et Twitter
- Promouvoir son entreprise ou ses publications vers une audience ciblée

## Les points forts de la formation

---

- Au cours de cette formation-action, les participants expérimentent concrètement la pratique du social selling à toutes les phases du cycle de vente de la prospection à la fidélisation.
- Les stagiaires s'entraînent en séance, entre les séances et partagent leur succès et retours d'expériences.
- Les stagiaires bénéficient de conseils avisés en live.
- Nous fournissons un accès à notre base centralisant des [outils du social selling](#), ressources en ligne continuellement mises à jour.

## Programme

---

### 1. Panorama des médias sociaux

- Définition du social selling
- Comportement des acheteurs BtoB (portraits et parcours d'achat)
- LinkedIn et Twitter dans l'éco-système des médias sociaux

### 2. Le principe de la vente sociale

- Changement de posture du commercial
- La démarche inbound marketing pour être intéressant et non intéressé
- Transformation digitale du commercial

### 3. L'analyse des comportements de sa cible de clientèle pour déterminer les réseaux sociaux à utiliser

- Identification de sa cible client
- Atelier : Dresser les personas « portrait robot » de vos segments de clients pour mieux les comprendre et engager la conversation
- Identifier les signaux forts ou faibles, éléments déclencheurs du besoin
- Atelier : Définir le dispositif de prospection commerciale sur les réseaux sociaux

### 4. Création d'un ou plusieurs profils sociaux attirants, centrés clients

- Connaître son Social Selling Index LinkedIn et comprendre les axes d'amélioration
- Exercice pratique : Créer un profil efficace sur les différents réseaux sociaux, notamment sur LinkedIn et travailler son « professional branding »
- Choix des mots, choix des visuels
- Identification des communautés sociales dans lesquelles prendre part
- Exercice pratique : les bonnes pratiques pour mener à bien votre campagne de connexion : inviter ses clients et ses relations à se connecter à vous



## 5. Publier un contenu intéressant et non intéressé

- Identification du type de contenu à publier : thématiques, calendrier des publications, # utilisés, personnes ou entreprises mentionnées, Url à relayer...
- Rédaction de contenu
- Partage de contenu depuis la page entreprise, depuis son profil LinkedIn

## 5. Prospecter au quotidien

- Identifier et générer des prospects
- Identifier ses e-influenceurs
- Organiser sa routine quotidienne de prospection
- Exercice pratique : prendre contact habilement avec ses prospects et ses e-influenceurs
- Exercice pratique : atteindre un prospect via son réseau
- Exercice pratique : intervenir dans des groupes de discussion et identifier des leads potentiels
- Exercice pratique : « sourcer » le web et les réseaux sociaux pour préparer un rendez-vous

## 6. La boîte à outils pour piloter efficace son action commerciale sur les réseaux sociaux

- LinkedIn : les différentes formules et l'utilisation de Sales Navigator comme base CRM
- Les outils de veille pour écouter son marché et effectuer sa veille concurrentielle
- Les outils de veille et d'alerte pour recevoir des leads
- Les outils de publication sur les réseaux sociaux
- Les outils statistiques internes aux réseaux sociaux

## 7. Fidéliser ses clients, ses partenaires et fournisseurs

- Animer et développer son réseau
- Exercice pratique : mettre en oeuvre les bonnes pratiques par réseaux sociaux
- Exploiter le cercle vertueux des pratiques de « marketing relationnel social »
- Exercice pratique : demander des recommandations, faire des recommandations, féliciter

## 8. Mettre en place sa stratégie de veille

- Définir les sujets, les besoins (territoires de veille)
- Identifier les sources fiables
- Collecter l'information
- Analyser et traiter l'information
- Diffuser le résultat

## 9. Evaluer les retombées commerciales

- Sélection des indicateurs de performance
- Les mesures des résultats financiers et non financiers

## 10. Eléments pouvant être abordés lors d'une formation intra-entreprise



- La Co-écriture d'une charte sociale pour harmoniser les pratiques sociales des collaborateurs et renforcer l'aura de l'entreprise
- L'utilisation de [LinkedIn Sales Navigator](#), fonctionnalité aidant à trouver des prospects en adéquation avec votre cible
- L'intégration des données des réseaux sociaux dans la base CRM ou système de management de leads
- La sélection d'outils : curation, veille, planning de publication, multi-diffusion, employee advocacy
- L'utilisation des programmes publicitaires sur LinkedIn, Facebook ou Twitter pour renforcer la visibilité d'un contenu

## Caractéristiques de la formation

### Pour qui ?

Cette formation s'adresse à des personnes ayant une mission commerciale : Chef d'entreprise, directeur commercial, ingénieur commercial BtoB, chargé d'affaires, assistant commercial, télé-prospecteur, télé-prospectrice, auto-entrepreneurs, freelances, professions libérales, coachs, consultants. En intra-entreprise, nous formons des équipes commerciales de toute taille. Nous savons aussi répondre à des équipes ayant un effectif important comme nous l'avons fait pour le [projet de formation de toute l'équipe commerciale de ClearChannel](#).  
Toute personne souhaitant monter en compétences concernant l'usage de LinkedIn à des fins commerciales.

### Durée de la formation et dates

- En présentiel : 14 heures de formation, jours de formation consécutifs ou non
- A distance, à rythme choisi : 7 sessions de 2 heures en visioconférence (enregistrées), par exemple

Nous planifions les dates de formation en fonction de votre demande et de nos disponibilités.

### Lieu de la formation

Cette formation peut se dérouler soit dans vos locaux, ou dans une salle de formation moderne adaptée à votre projet.

Cette formation peut aussi être organisée en mode hybride (présentiel et à distance) ou 100% à distance.

### Coût de la formation

Inter-entreprise : 1400 € HT par personne  
Intra-entreprise : à partir de 2800€ HT  
Formation individuelle personnalisée et à distance : 1800€ HT

### Financement

- Cette formation Social Selling est éligible OPCO / FNE.
- Le forfait repas est en sus du coût de la formation.
- Suite à votre demande, nous vous adressons une convention de formation destinée à votre organisme de formation pour effectuer votre demande de prise en charge.



## Satisfaction des apprenants

- Note de satisfaction : 4,7 / 5

Date de la dernière mise à jour : 8/12/2021